

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA PENGGUNA *E-COMMERCE* DI YOGYAKARTA

Lintang Sumirat¹ Putri Pusvitasari²

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku *impulsive buying* pada remaja pengguna *e-commerce* di Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan kuesioner. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja laki-laki dan perempuan dengan usia 13 – 18 tahun yang berada di Yogyakarta. Pemilihan *sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Hal ini dilakukan karena adanya karakteristik khusus terhadap subjek. Alat ukur yang digunakan yaitu memodifikasi skala *impulsive buying* milik Herabadi dkk. (2009) dan skala konformitas teman sebaya oleh Irfatin dan Abdurrohm (2021) yang mengacu pada aspek konformitas milik Sears dkk. (1985). Analisis data menggunakan bantuan *Statistical Package for Science (SPSS) 27.0 for windows* karena penelitian dilakukan secara kuantitatif sehingga untuk menganalisis data menggunakan analisis *statistic*. Metode analisis data yang digunakan adalah *korelasi pearson product moment* untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel konformitas teman sebaya (x) dan *impulsive buying* (y). Peneliti memperoleh partisipan sebanyak 126 remaja, yang terdiri dari 4 laki-laki dan 122 perempuan yang berdomisili di seluruh wilayah Yogyakarta. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel konformitas teman sebaya berkorelasi positif dan signifikan dengan tingkat hubungan sedang dengan perilaku *impulsive buying* ($r = 0,533$, $p = <,001$) artinya semakin tinggi konformitas teman sebaya, maka semakin tinggi pula perilaku *impulsive buying*.

Kata kunci : konformitas teman sebaya, *impulsive buying*, remaja

¹Mahasiswa Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Dosen Psikologi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE RELATIONSHIP BETWEEN PEER CONFORMITY AND IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN ADOLESCENT E-COMMERCE USERS IN YOGYAKARTA

Lintang Sumirat¹ Putri Pusvitasari²

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between peer conformity and impulsive buying behavior among adolescent e-commerce users in Yogyakarta. This study is a quantitative study using a questionnaire. The subjects in this study were male and female adolescents aged 13-18 years in Yogyakarta. The sampling method used was purposive sampling. This was done because of the unique characteristics of the subjects. The measuring instrument used was a modification of the impulsive buying scale by Herabadi et al. (2009) and the peer conformity scale by Irfatin and Abdurrohman (2021) which refers to the conformity aspect of Sears et al. (1985). Data analysis used the help of Statistical Package for Science (SPSS) 27.0 for Windows because the research was conducted quantitatively, so to analyze the data using statistical analysis. The data analysis method used was the Pearson product moment correlation to see whether there is a relationship between the variables of peer conformity (x) and impulsive buying (y). Researchers obtained 126 adolescent participants, consisting of 4 males and 122 females domiciled throughout the Yogyakarta region. The results of the analysis obtained showed that the peer conformity variable was positively and significantly correlated with a moderate level of relationship with impulsive buying behavior ($r = 0.533$, $p = <.001$) meaning that the higher the peer conformity, the higher the impulsive buying behavior.

Keywords: peer conformity, impulsive buying, adolescents.

¹Mahasiswa Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Dosen Psikologi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta